Dossiers de presse

Une saison culturelle exceptionnelle 2017 et une campagne de communication internationale

Le 13 mars 2017

Première destination touristique mondiale, la France accueille chaque année plus de 80 millions de visiteurs internationaux. Parmi ce qui la distingue, il demeure une constante inaliénable : l'esprit français qui continue de rayonner dans le monde et que Paris incarne si bien. Il est notamment le résultat d'un précieux et savant mélange de culture, de patrimoine, de création, de gastronomie, de mode, de luxe, de design, d'artisanat d'art.
En témoigne la diversité de la programmation proposée par les acteurs culturels de la capitale et de sa région qui ne cesse de s'ouvrir à de nouvelles pratiques et de s'enrichir d'année en année pour s'adresser à tous les publics et s'adapter à toutes les formes de tourisme.

Descriptif

La Saison culturelle 2017 est la première édition d'un dispositif de valorisation culturelle en France et à l'étranger. Elle vise à mettre en lumière l'offre culturelle foisonnante à Paris et dans la région Île-de- France qui concerne l'ensemble des disciplines artistiques. Elle montre que la culture se vit à Paris, mais aussi partout en France, qu'elle est une expérience à nulle autre pareille.
La Saison culturelle 2017 bénéficie d'un partenariat exceptionnel entre l'État, à travers le ministère de la Culture et de la Communication et le ministère des Affaires étrangères et du développement international, la Ville de Paris et la Région Île-de-France. Tous trois ont travaillé de concert pour présenter la Saison culturelle 2017 et organiser des actions de promotion, comme un voyage de presse en mars 2017 ou encore la soirée de lancement du 20 mars 2017.
La Saison cul
conjointeme
Paris et 2 M

Pour Val
ambition
culture a
plusieurs

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Je suis convaincue que la Saison culturelle 2017, riche, exceptionnelle et audacieuse, saura séduire les visiteurs français et internationaux et les accompagner dans la découverte de notre belle Région".

Cette campagne se décline de la façon suivante :

1. UN AGENDA CULTUREL

Accessible au public à partir du mois de mars 2017, l'agenda culturel saisonculturelle.fr, développé par le ministère de la Culture et de la Communication, présentera la quasi-totalité des programmations des établissements culturels de Paris et d'Île-de-France dans un premier temps, puis de la France entière. L'ensemble des établissements culturels ont été sollicités pour que la programmation présentée soit la plus exhaustive possible. Ainsi, plus de 500 événements ont été recensés.

Disponible en plusieurs langues, l'agenda culturel sur le site Internet sera éditorialisé en fonction du calendrier culturel pour offrir aux internautes, français et internationaux, l'actualité la plus précise possible des événements culturels majeurs. Développé en marque blanche, l'agenda culturel est mis gratuitement à la disposition des opérateurs de tourisme du monde entier, des établissements culturels, des média et de tout autre site désireux de favoriser la promotion du tourisme culturel en France.

Agence Des Signes, Studio Muchir et Desclouds

2. UNE IDENTITÉ VISUELLE

Conçue par l'agence de graphisme Des Signes, Studio Muchir et Desclouds, l'identité visuelle est déclinée sur l'ensemble des documents élaborés dans le cadre de la campagne de communication de la Saison culturelle 2017.
Ce logotype est à disposition de tous les établissements culturels et tous les partenaires de la Saison culturelle 2017 pour être intégré

3. UN FILM

Le ministère
l'actrice et la

Ce film, prod
diffusé, entre
réseaux soci

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Sept bandes annonces seront également extraites du montage de cette production audiovisuelle. Elles feront l'objet d'une diffusion sur les grandes chaines internationales comme France 24 et TV5 Monde ainsi que les chaines nationales de France Télévisions. Elles seront également diffusées sur Internet et les réseaux sociaux.

4. UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION INTERNATIONALE

La communication de la Saison culturelle 2017 s'intègre dans la campagne de communication Feel France conduite par Atout France dans le cadre du plan de relance de l'État, en faveur du tourisme, annoncé par Jean-Marc Ayrault, ministre des Affaires étrangères et du Développement international, le 13 septembre 2016, lors du comité d'urgence économique pour le tourisme.

La Saison culturelle 2017 sera promue grâce à une grande campagne de communication internationale intitulée #FeelFrenchCulture, opérée par l'agence Grey. Cette campagne s'inscrit dans le grand plan de relance du tourisme lancé par l'État, en partenariat avec la ville de Paris et la Région Île-de-France.

Les campagnes de communication et de presse commenceront dans trois pays européens : le Royaume- Uni, l'Allemagne et les Pays-Bas avant de s'étendre progressivement dans le reste du monde.
Des actions de promotion seront par ailleurs développées tout au long de l'année en France et à l'étranger en fonction du calendrier de la programmation des établissements culturels. C'est ainsi que 80 journalistes et influenceurs internationaux de plus de 30 pays sont conviés du 19 au 22 mars 2017 à Paris et en Île-de-France. Ce voyage de presse vise à leur présenter en avant première les grandes expositions dans des musées parisiens et franciliens, des spectacles dans des institutions du spectacle vivant, mais aussi leur faire découvrir des lieux méconnus. Ce sera également l'occasion de promouvoir la bistronomie, et notamment l'opération « Goût de / Good France » le 21 mars.

Retrouvez toute la programmation dans le dossier de presse ci-dessous

Nombre de pages

100

Ressources

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.